

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS
PENGENDALIAN PENDUDUK, KELUARGA BERENCANA
PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN
ANAK (DPPKBP3A) DALAM MENSOSIALISASIKAN
PROGRAM KELUARGA BERENCANA (KB) DI TANAH
GROGOT**

Ahmad Syahrozi

**eJournal S1 Ilmu Komunikasi
Volume 8, Nomor 4, 2020**

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PENGENDALIAN PENDUDUK, KELUARGA BERENCANA PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK (DPPKBP3A) DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM KELUARGA BERENCANA (KB) DI TANAH GROGOT

Ahmad Syahrozi¹, Cathas Teguh P², Kheyene M. Boer³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi DPPKBP3A dalam mensosialisasikan program KB di tanah grogot. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber daya yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumen-dokumen serta arsip yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPPKBP3A saat bersosialisasi sudah cukup baik, hal itu dapat dilihat dari program-program dan kegiatan yang dilakukan oleh DPPKBP3A yaitu dengan mengadakan seminar dan penyuluhan penunjukan komunikator sesuai dengan kompetensinya, melakukan pengemasan pesan dengan baik juga menyebarkan informasi melalui media untuk mempermudah penyebaran informasi yaitu melalui poster, leaflet dan brosur. Inovasi yang dilakukan DPPKBP3A, yaitu membuat kampung KB dimana dalam penyebaran informasinya dilakukan melalui media sosial whatsapp dan dibantu oleh sistem sosial seperti remaja, kader-kader, bidan, Puskesmas, dan Pusban serta orang-orang yang terlibat didalam kampung KB. Namun penyebaran informasi melalui whatsapp masih kurang maksimal dikarenakan beberpa kendala karena itu penyebaran melalui mouth to mout masih lebih efektif di gunakan karena di kampung kb itu sendiri masih tidak memadai dari segi SDM dan material. Untuk kegiatan sosialisasi yang akan datang ada lebih baiknya meneruskan apa yang sudah dilakukan dan sedikit melakukan inovasi saat sosialisasi. Dan diharapkan mendapatkan perhatian khusus seperti pendekatan khusus kepada orang yang belum paham atau menentang program KB ini.

Kata kunci: *Komunikasi, Sosialisasi Program KB, Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak*

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Mulawarman. Email:

²Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Dewasa ini pertumbuhan penduduk dunia sudah demikian pesatnya, seolah-olah merupakan ledakan yang mengejutkan. Akibatnya hampir setiap Negara mencari pemecahan dan berupaya mengatasinya. Salah satu cara ialah Keluarga Berencana (KB). Pada dasarnya hasil dari program Keluarga Berencana merupakan upaya untuk pembangunan nasional tujuannya menciptakan kondisi yang ideal serta meningkatkan sumber daya manusia. Jumlah penduduk setiap tahun meningkat dilihat dari data kependudukan. Pemikiran masyarakat yang masih kurang memahami inovasi menjadi masalah yang harus cepat ditangani oleh pemerintah daerah, sehingga adanya kesejahteraan hidup yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing keluarga.

Kalimantan Timur khususnya Kabupaten Paser memiliki jumlah penduduk yang dari tahun ke tahunnya terus mengalami kenaikan pada tahun 1990 jumlah penduduk Kabupaten Paser mencapai 102.316 jiwa dan bertambah menjadi 285.894 jiwa pada tahun 2019. Dengan kata lain dapat dinyatakan penduduk Kabupaten Paser telah tumbuh lebih dari dua kali lipat selama 29 tahun terakhir. (BPS Kabupaten Paser 2016) (<https://paserkab.bps.go.id/index.php.2017/03/06>)

Sebenarnya dari keseluruhan strategi komunikasi yang dilaksanakan melalui berbagai kegiatan tersebut pada dasarnya DPPKBP3A kabupaten Paser menginginkan adanya perubahan tingkah laku masyarakat dalam menanggapi pentingnya mengikuti program KB serta memberikan pemahaman tentang dua anak cukup, penduduk tumbuh seimbang dan peningkatan kualitas hidup untuk menuju kehidupan sejahtera yang disosialisasikan oleh DPPKBP3A kabupaten Paser.

DPPKBP3A Kabupaten Paser telah menjalankan banyak program KB namun hasilnya masih kurang memuaskan dan karena dalam menjalankan programnya ada kendala dalam menjalankannya. Masalah-masalah yang dialami DPPKBP3A itu sendiri yaitu kurangnya sumber daya manusia karena tenaga penyuluh yang tersedia masih bisa dibilang kurang disamping itu waktu dalam menjalankan beberapa program terbilang singkat dan ada beberapa tempat yang susah dikunjungi karena akses jalan ke tempat itu masih sulit sehingga program KB masih belum merata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti gambaran strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPPKBP3A.

Kerangka Dasar Teori

Difusi Inovasi

Menurut Everett M. Rogers dalam Onong (2003 :248) difusi sebagai suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu komunikasi jenis khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling pertukaran informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama. Dalam isi pesan tersebut terdapat ketermassaan (newness) yang memberikan kepada difusi ciri khusus yang

menyangkut ketidakpastian (uncertainty). Ketidakpastian adalah suatu derajat dimana sejumlah alternatif dirasakannya berkaitan dengan suatu peristiwa beserta kemungkinan-kemungkinan pada alternatif tersebut. Derajat ketidakpastian oleh seseorang akan dapat dikurangi dengan jalan memperoleh informasi.

Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Latin Communication, yang artinya sama. Maksudnya adalah komunikasi dapat terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Menurut Edward Depari (Widjaja, 2000:13) Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang-lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan dengan maksud mencapai kebersamaan (commons).

Ada beberapa definisi tentang komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya menurut Carl Hovland, Janis & Kelley dalam Cangara (2005) Komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Sedangkan menurut Bernard Berelson & Gary A. Steiner dalam Cangara (2005) komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain. Lain halnya dengan Harold Lasswell dalam Cangara (2005) Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” “mengatakan apa” “dengan saluran apa”, “kepada siapa”, dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa”. komunikasi yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Sumber
- b. Pesan
- c. Media
- d. Penerima
- e. Efek
- f. Umpan Balik
- g. Lingkungan

Fungsi dan Kegunaan Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi ditunjukkan untuk: Memberi informasi, Menghibur Mendidik, dan Membentuk opini public. (Riswandi. 2009)

David K. Berlo mahaguru komunikasi dari Michigan State University menyebut secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrument interaksi sosial berguna untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (Byrnes, 1965) dalam Cangara (2013:39). Jadi, komunikasi jelas tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan umat manusia, baik

sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, apakah itu seorang pengusaha, dokter, guru, karyawan atau politis. Melalui komunikasi yang dilakukan dengan baik dan santun akan memberi pengaruh langsung terhadap diri seseorang dalam bermasyarakat. Pendek kata, keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mencapai sesuatu yang diinginkan, termasuk karier dan rezeki seseorang banyak tergantung pada kemampuannya berkomunikasi.

Komunikasi Pembangunan

Menurut Nasution (2002: 106) pengertian komunikasi pembangunan terbagi dalam arti luas dan arti sempit, dimana dalam arti yang luas, komunikasi pembangunan meliputi peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dengan pemerintah, sejak proses perencanaan, kemudian pelaksanaan, dan penilaian terhadap pembangunan. Sedangkan dalam arti yang sempit komunikasi pembangunan merupakan segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakasai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan yang disampaikan.

Unsur Pembangunan

Unsur komunikasi pada komunikasi secara umum juga berlaku bagi komunikasi sosial pembangunan. Secara ringkas proses sederhana komunikasi meliputi komunikator sebagai sumber mengirimkan pesan melalui saluran kepada komunikan sebagai penerima. Pesan-pesan pada komunikasi sosial pembangunan lebih bersifat universal, tidak ditujukan kepada satu orang atau suatu kelompok tertentu, dengan kata lain pesan yang ditujukan kepada masyarakat luas melalui berbagai cara-cara penyampaian pesan, mulai dari komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, hingga komunikasi massa untuk menggi pembangunan.

Secara pragmatis Quebral, 1973 (dalam sitompul, 2002:6), merumuskan komunikasi sosial pembangunan adalah komunikasi yang dilakukan untuk melaksanakan rencana pembangunan suatu negara. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi sosial pembangunan merupakan suatu inovasi yang diterima oleh masyarakat. Analisa terhadap unsur-unsur komunikasi tentu sebagai modal dasar yang kuat untuk menghubungkan antara komunikasi dengan perubahan sosial sebagai grjala awal pembangunan. Perubahan sosial terjadi sebagai akibat dari berubahnya cara-cara berhubungan (interaksi sosial) dan aktifitas-aktifitas dalam sistem sosial.

Komunikator Pembangunan

Menurut Havelock agen pembangunan atau agen perubahan yang disebut juga sebagai komunikator adalah orang yang membantu pelaksanaan perubahan sosial, menurut Rogers dan Shoemaker, agen perubahan merupakan tugas

profesional yang mempengaruhi suatu putusan pada inovasi menurut arah yang diinginkannya, dengan demikian mereka menyimpulkan fungsi para agen perubahan ini dipandang, sebagai mata rantai komunikasi antara dua atau lebih sistem sosial. Everett M. Rogers mengatakan komunikator adalah seorang atas nama pemerintah atau lembaga penyuluhan yang berkewajiban mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh sasaran penyuluhan untuk mengadopsi suatu inovasi (Dilla, 2007: 143)

Strategi Komunikasi

Strategi menurut Thompshon dalam Oliver (2007:2) adalah sebuah cara untuk mencapai hasil akhir, yang menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Sedangkan menurut Bennet dalam Oliver (2007:2) adalah strategi merupakan arah yang dipilih orang untuk diikuti dalam pencapaian misinya.

Menurut Onong Uchjana (2003:300) strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan oleh seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat (Abdulsyani, 2007:57). Dalam proses belajar atau penyesuaian diri itu seseorang kemudian mengadopsi kebiasaan, sikap dan ide-ide dari orang lain, kemudian seseorang mempercayai dan mengakui sebagai hak milik pribadinya. Jika sosialisasi dipandang dari sudut masyarakat, maka sosialisasi dimaksudkan sebagai usaha memasukan nilai-nilai kebudayaan terhadap individu sehingga individu tersebut menjadi bagian dari masyarakat

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Sesuai dengan judul diatas, maka jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Moleong (2007:11) mengemukakan bahwa deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, dari pendapat ini dijelaskan penelitian deskriptif untuk mendapatkan data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.

Menurut Meleong (2007:6) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksud untuk membatasi studi sehingga dengan pembatasan tersebut akan mempermudah penelitian dan dalam pengelolaan data. Yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPPKBP3A berdasarkan perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan, Onong Uchjana (2003:300). Serta berdasarkan sumber, pesan, media, penerima, dampak dan umpan balik.

Jenis dan Sumber Data

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui narasumber dengan melakukan wawancara dan dengan menggunakan teknik wawancara yang sesuai dengan fokus penelitian yang disediakan peneliti.
- 2) Data skunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber skunder. Data ini dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui beberapa sumber informasi, antara lain:

- a. Dokumen-dokumen, laporan, catatan dan profil
- b. Buku-buku ilmiah atau penulisan yang relevan dengan penelitian ini
- c. Website dan website yang terkait

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan kebenaran ilmiahnya, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut : Kepustakaan ,Penelitian Lapangan,Observasi ,Wawancara ,Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Adapun model interaktif yang dimaksud komponen-komponen analisis data model interaktif dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data
2. Reduksi Data
3. Penyajian Data
4. Penarikan Kesimpulan

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Penelitian

DPPKBP3A

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 22 tahun 2008 tentang Organisasi dan tata kerja Inspektorat, Badan Perencanaan daerah, dan lembaga teknis daerah Kabupaten Paser maka dibentuklah Kantor PPKBPPPA Kabupaten Paser dan selanjutnya berdasarkan Peraturan Daerah Paser Nomor 4 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Inspektorat

dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Paser, status Kantor BPPKB meningkat menjadi Badan PPKB. Selanjutnya berdasarkan Peraturan Daerah nomor 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah maka terjadi perubahan nomenklatur Badan PPKB menjadi Dinas Pengendalian Penduduk, KB, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Dinas Pengendalian Penduduk, KB, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak berlokasikan di Jl. Ahmad Yani no.36.

Strategi Komunikasi

Diketahui bahwa strategi komunikasi yang dilakukan adalah dengan melakukan penyuluhan kepada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung dan mereka sebelum melakukan penyuluhan terlebih dahulu melihat keadaan sekitar karena tidak semua tempat memiliki kondisi yang sama dari hasil penyuluhan tersebut diharapkan masyarakat dapat lebih memiliki andil dalam program Keluarga Berencana baik dalam penggunaannya maupun dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat yang lainnya sehingga proses penyebaran informasi bisa lebih cepat dan efektif.

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh DPPKBP3A yaitu melalui komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia berupa penyuluhan dan seminar. Dengan menggunakan media-media seperti spanduk, leaflet dan brosur untuk mempermudah penyebaran informasi. Sebelum melakukan penyuluhan DPPKBP3A melakukan perencanaan-perencanaan terlebih dahulu agar dapat menyesuaikan dengan keadaan dimana penyuluhan akan dilaksanakan.

Sebelum melakukan suatu kegiatan diperlukan strategi dan perencanaan yang tepat seperti yang dikatakan oleh Onong Uchjana (2003:300) strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Walaupun sudah banyak hal yang dilakukan oleh DPPKBP3A tetapi masih saja banyak warga yang tidak mengetahui atau lambat mendapatkan berita mengenai penyebaran informasi tersebut. Serta kurangnya SDM yang dimiliki DPPKBP3A menjadi salah satu faktor penghambat, serta akses jalan menuju desa yang kurang memadai.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa dalam pelaksanaan program Keluarga Berencana dibutuhkan suatu pendekatan, pelayanan dan perencanaan yang baik dari pihak pelaksana dan masyarakat agar inovasi diterima oleh masyarakat.

Sumber

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Disini yang menjadi sumber adalah komunikator pembangunan Menurut Havelock agen pembangunan atau agen perubahan yang disebut juga sebagai komunikator adalah orang yang membantu pelaksanaan perubahan sosial, menurut Rogers dan Shoemaker, agen perubahan merupakan tugas profesional

yang mempengaruhi suatu putusan pada inovasi menurut arah yang diinginkannya, dengan demikian mereka menyimpulkan fungsi para agen perubahan ini dipandang, sebagai mata rantai komunikasi antara dua atau lebih sistem sosial. Everett M. Rogers mengatakan komunikator adalah seorang atas nama pemerintah atau lembaga penyuluhan yang berkewajiban mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh sasaran penyuluhan untuk mengadopsi suatu inovasi (Dilla, 2007: 143).

Setelah seorang komunikator telah di tentukan tentunya DPPKBP3A tidak langsung menyuruh komunikator tersebut untuk langsung terjun ke lapangan seorang komunikator akan dilatih agar memiliki kesiapan baik dari segi mental maupun pengetahuan seperti yang dikatakan effendy dalam bukunya Ada tujuh faktor pendukung etos pada komunikator yang pertama berupa kesiapan, dimana seorang komunikator yang sedang tampil harus menunjukkan bahwa telah memiliki persiapan yang matang, kedua kesungguhan ditunjukkan akan menimbulkan kepercayaan dari pihak komunikan kepada komunikator, ketiga ketulusan dapat membawa kesan bahwa komunikator berhati tulus dalam niat dan perbuatannya, keempat kepercayaan juga cukup penting karena komunikator harus senantiasa memancarkan kepastian, kelima ketenangan dalam menyampaikan kata-kata akan menimbulkan kepercayaan, keenam keramahan yang akan menimbulkan rasa simpati dan yang ketujuh kesederhanaan dimana hal ini tidak hanyan menyangkut hal-hal yang bersifat fisik saja melainkan juga dalam hal penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya mengkomunikasikannya(Effendy, 2003: 16)

Berdasarkan hasil analisa peneliti tersebut DPPKBP3A seharusnya setelah memberikan pelatihan kepada komunikator, DPPKBP3A memantau perkembangan komunikator yang mereka tunjuk apakah berjalan lancar atau mengalami beberapa kendala.

Pesan

Pesan adalah keseluruhan apa yang disampaikan oleh komunikator kepada penerima atau komunikan, pesan hendaknya berisi inti pesan sebagai pengaruh didalam mencoba merubah sikap dan tingkah laku komunikan. Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan, peneliti menganalisa bahwa DPPKBP3A menyajikan pesan komunikasi yang berisikan tentang pemahaman mengenai program-program KB itu sendiri dan informasi-informasi mengenai program KB, isi pesan dibuat semenarik mungkin dan mudah untuk dipahami.

Berdasarkan analisa peneliti DPPKBP3A sudah menyajikan pesan sebaik dan semudah mungkin agar informasi-informasi dapat dipahami dengan mudah oleh masyarakat. Ini sesuai dengan fungsi komunikasi isi pesan yang disampaikan oleh DPPKBP3A sudah baik. Berdasarkan yang dikatakan oleh Riswandi dalam bukunya yang menyatakan secara klasik fungsi komunikasi ditunjukkan untuk: Memberi informasi, Menghibur Mendidik, dan Membentuk opini public. Berdasarkan hasil analisa peneliti tersebut pesan yang dibuat oleh DPPKBP3A sudah cukup baik karena pesan tersebut berisikan pendidikan, menarik dan mudah dipahami.

Saluran

Saluran komunikasi adalah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut. Komunikasi dalam melakukan sosialisasi memerlukan media untuk menyebarkan informasi, cara ini lebih efektif jika sasarannya khalayak ramai. Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan, peneliti menganalisa bahwa DPPKBP3A menggunakan proses komunikasi secara langsung dengan tatap muka dan melalui media. Komunikasi secara langsung dengan tatap muka melalui penyuluhan dan seminar, sedangkan komunikasi bermedia melalui brosur, leaflet dan spanduk.

Komunikasi tatap muka

Salah satu strategi DPPKBP3A dalam melakukan sosialisasi adalah dengan melakukan komunikasi tatap muka yang merupakan kegiatan komunikasi yang terjadi dengan bertemunya komunikator dengan komunikan secara langsung. Komunikasi ini dilakukan oleh DPPKBP3A karena kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara langsung melalui kegiatan penyuluhan dan seminar.

a. Penyuluhan

DPPKBP3A menentukan media yang akan digunakan salah satunya yaitu melalui penyuluhan. Strategi ini dipilih untuk memudahkan dalam pelaksanaan sosialisasi

b. Seminar

Seminar dilakukan agar mempermudah dalam penyebaran informasi dan mempermudah memberikan pemahaman kepada masyarakat. Disini DPPKBP3A juga melakukan seminar pada komunikasi langsung, karena dinilai dapat mempermudah memberikan pemahaman. Berdasarkan analisa diatas dapat diketahui bahwa komunikasi secara langsung dengan tatap muka yang dilakukan oleh DPPKBP3A adalah dengan melakukan penyuluhan dan seminar.

Komunikasi bermedia

Salah satu strategi DPPKBP3A dalam melakukan sosialisasi adalah dengan memilih komunikasi bermedia cara ini efektif untuk khalayak ramai serta cara ini dapat mempermudah kami dalam proses penyebaran selain itu juga menghemat waktu dan tenaga. DPPKBP3A menggunakan media seperti brosur, leaflet, spanduk dan alat peraga untuk mempermudah dan menghemat dalam penyebaran informasi.

a. Brosur

Brosur merupakan media cetak yang dibuat dan digunakan DPPKBP3A untuk menyebarkan informasi secara singkat tentang program KB kepada masyarakat. Tujuan pembuatan brosur ini yaitu untuk mempermudah masyarakat dalam mencari informasi tentang program yang disosialisasikan oleh DPPKBP3A dan menambah pengetahuan masyarakat terhadap informasi mengenai program KB sehingga pemahaman masyarakat menjadi luas dan sadar tentang pentingnya program KB.

b. Leaflet

Leaflet juga merupakan salah satu media yang digunakan, leaflet itu sendiri adalah media cetak yang dibuat dan disebar oleh DPPKBP3A dan berisi informasi singkat tentang program KB, leaflet dibuat agar masyarakat mudah mengetahui informasi-informasi mengenai program KB. Biasanya leaflet dibuat dengan kata-kata yang umum agar mudah dipahami dan diingat oleh masyarakat

c. Spanduk

Spanduk digunakan oleh DPPKBP3A untuk mempermudah melakukan penyebaran informasi dan memberikan informasi-informasi mengenai Program KB kepada masyarakat. Spanduk dibagikan kepada instansi-instansi yang terkait dengan DPPKBP3A agar mempermudah penyebaran informasi seperti puskesmas dan rumah sakit.

Komunikan

Komunikan adalah pihak penerima pesan yang sekaligus merupakan tujuan dari proses komunikasi. Berdasarkan pengamatan dan wawancara, penulis menganalisa bahwa yang menjadi sasaran dalam proses penyampaian pesan ini yaitu masyarakat luas yaitu remaja, pasangan usia subur, peserta ber-KB. Dalam proses penyampaian pesan ini tidak semua masyarakat atau komunikan menerima pesan secara serentak dikarenakan latar belakang yang berbeda-beda, ada yang sekali penyampaian langsung paham ada yang harus berkali-kali baru paham.

Berdasarkan hasil analisa diatas, bahwa masyarakat yang menjadi sasaran penyampain pesan tidak semuanya dapat menerima pesan secara serentak diakrenakan berbeda-bedanya latar belakang yang dimiliki oleh mereka. Sesuai dengan yang dikatakan Suryanto dalam bukunya pengantar ulmu komunikasi adapun syarat komunikan sebagai faktor penyebab keberhasilan komunikasi yang patut diperhatikan ialah kerangka pengetahuan dan lingkup pengalaman.(Suryanto, 2015).

Dampak

Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan(Cangara. 2005). Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti menganalisa bahwa DPPKBP3A memberikan dampak besar dalam program KB walaupun terbilang masih kurang maksimal. Perubahan tidak lepas dari difusi inovasi itu sendiri.

Inovasi

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti menganalisa bahwa DPPKBP3A telah melakukan inovasi yaitu kampung KB merupakan salah satu inovasi yang dilakukan oleh DPPKBP3A. Walaupun sudah melakukan sesuai dengan rencana-rencana yang diatur ada sebagian yang memberikan dampak positif dan ada pula yang negatif. Dampak positifnya banyak masyarakat yang mulai mau menggunakan walapun setelah beberapa kali mengikuti sosialisasi karena masing-masing orang memiliki pengetahuan dan pemikiran yang berbeda

ada yang setelah sekali ikut sosialisasi langsung paham dan bergabung menjadi anggota, namun masih saja ada yang tidak paham dengan program ini walaupun sudah mengikuti sosialisasi beberapa kali karena walaupun tujuannya baik yaitu untuk mengatur jumlah anak dan menekan jumlah kelahiran namun sebagian orang yang masih kental akan budaya dan ajaran agamanya beranggapan bahwa anak itu adalah rezeki yang tidak boleh kita tolak karena itu adalah pemberian sang pencipta. Sesuai dengan yang dikatakan Rogers 5 karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi keputusan yaitu Relative advantage (keuntungan relatif), Compability (kesesuaian), Complexity (kerumitan), Triability (kemungkinan dicoba), Observability (kemungkinan diamati).

Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi merupakan media yang digunakan dalam proses penyebaran inovasi itu sendiri. Mengenai saluran komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan inovasi, Rogers menyatakan bahwa media massa lebih efektif untuk menciptakan pengetahuan tentang inovasi. Sedangkan saluran antara pribadi lebih efektif dalam pembentukan dan percobaan sikap terhadap ide-ide baru (Cangara, 2005).

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti menganalisa bahwa DPPKBP3A dalam proses penyebaran informasi mengenai kampung KB mereka menggunakan sosial media sebagai medianya karena menurut mereka akan mempermudah dan tidak merepotkan masyarakat kampung KB itu sendiri. media sosial yang digunakan adalah whatsapp dimana mereka membentuk group masyarakat kampung KB agar informasi-informasi mengenai kegiatan atau informasi yang disampaikan lebih mudah dan cepat tersebar. Namun kenyataan yang peneliti dapat dilapangan bahwa memang benar DPPKBP3A membentuk sebuah group whatshap namun itu tidak berjalan dengan lancar dikarenakan masyarakat kampung KB itu sendiri terbilang masih banyak yang gaktek dalam menggunakan smartphone tidak hanya itu dikarenakan signal di desa kampung KB terbilang jelek maka masih kurang tepat dalam menggunakan saluran komunikasi ini akan lebih baik jika menggunakan sitem mouth to mouth.

Sistem Sosial

Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama (Rogers, 1983). Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, peneliti menganalisa bahwa Disini yang menjadi sistem sosial adalah PIK remaja, duta genre, posyandu, tempat praktik (bidan), pusban, puskesmas, dan rumah sakit. Unit-unit tersebut membantu kami dalam penyebaran informasi, Walaupun sudah bekerjasama dengan unit-unit sosial yang terkait namun penyebaran informasi masih terbilang belum merata karena masih banyak saja masyarakat yang mengetahui apabila ada kegiatan sosialisasi yang dilakukan mereka mengetahui informasi tersebut atau sampai di telinga mereka sesudah kegiatan sosialisasi tersebut dilakukan. Sehingga masih perlu diperhatikan

kembali bagaimana kinerja dari masing-masing unit-unit sosial itu agar penyebaran informasi bisa lebih merata dan menyeluruh.

Jangka Waktu

Dalam melakukan penyebaran inovasi DPPKBP3A membutuhkan waktu agar masyarakat dapat menerima inovasi tersebut karena tidak semua masyarakat akan langsung menerima apa yang di inovasikan, selain itu dalam setiap sosialisasinya dibutuhkan kurun waktu tertentu agar penyampaian pesan berhasil. Seperti yang dikatakan Cangara dalam bukunya, penerimaan pesan terhadap suatu inovasi oleh suatu masyarakat tidak terjadi secara serempak, ada yang memang sudah menanti datangnya inovasi, ada yang melihat dulu sekelilingnya, ada yang baru menerima setelah yakin benar akan keuntungan-keuntungan yang kelak diperoleh dengan penerimaan itu, dan ada pula yang tetap bertahan untuk tidak mau menerima (Roger dan Shoemaker dalam Zulkarimen, 2001). Oleh sebab itu diperlukan jangka waktu dalam proses penerimaan suatu inovasi, hal ini sesuai dengan salah satu unsur utama difusi yaitu jangka waktu tertentu (Onong, 2003).

Umpan Balik

Dapat diketahui bahwa umpan balik yang diberikan masyarakat dapat secara langsung yaitu ketika seminar atau penyuluhan dilakukan pihak komunikator memberikan kesempatan untuk melakukan proses tanya jawab sehingga dapat diketahui secara langsung respon yang diberikan oleh komunikan misalnya ketika disuruh bertanya hening tidak ada yang bertanya jadi kita bisa tahu bahwa komunikan sedang bingung dengan melihat gerak-gerik yang dimunculkan komunikan. Selain itu apabila ada masyarakat atau komunikan yang malu memberikan tanggapannya baik saran kritikan dan pertanyaan pada saat sosialisasi berlangsung maka dapat dengan datang sendiri ke kantor DPPKBP3A.

Penutup

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, dapat penulis simpulkan bahwa:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh DPPKBP3A saat bersosialisasi sudah cukup baik, hal itu dapat dilihat dari program-program dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh DPPKBP3A yaitu dengan mengadakan seminar, penyuluhan dan mengemas pesan-pesan dengan baik. Dimana yang menjadi komunikatornya adalah orang-orang yang telah dipilih oleh DPPKBP3A itu sendiri. DPPKBP3A juga menyebarkan informasi melalui media untuk mempermudah penyebaran informasi yaitu melalui poster, leaflet dan brosur. Sebelum melakukan penyuluhan atau seminar DPPKBP3A terlebih dahulu melakukan perencanaan-perencanaan dengan pihak terkait agar kegiatan berlangsung dengan baik.
2. Dalam melaksanakan strategi komunikasinya DPPKBP3A melakukan inovasi dalam mensosialisasikan program keluarga berencana yaitu berupa program kampung kb dimana dalam proses penyebaran informasinya melalui sosial media berupa whatsapp. Walaupun berjalan kurang baik dalam

penggunaan saluran komunikasi namun DPPKBP3A sudah berusaha melakukan inovasi dalam penyebarannya walaupun pada akhirnya penggunaan saluran komunikasi langsung berupa mulut ke mulut yang masih terbilang efektif sehingga tetap menjadi pilihan utama dikarenakan di kampung kb itu sendiri tingkat kualitas masyarakatnya masih rendah dimana masyarakatnya masih banyak yang belum mampu menggunakan gadget serta sistem jaringan yang masih kurang memadai.

3. Unit-unit pemerintah dan non pemerintah yang membantu DPPKBP3A dalam mensosialisasikan program kb di kampung kb yaitu remaja, kader-kader, bidan, puskesmas, dan Pusban. Dalam melakukan program kb tersebut memiliki jangka waktu tertentu bagi DPPKBP3A dalam memberikan sosialisasi.

Saran

Dari kesimpulan diatas, maka beberapa saran dapat penulis ajukan sebagai berikut:

1. Untuk kegiatan sosialisasi yang akan datang ada lebih baiknya meneruskan apa yang sudah dilakukan dan sedikit melakukan inovasi saat sosialisasi.
2. Adanya beberapa hambatan yang didapat DPPKBP3A diharapkan mendapatkan perhatian khusus seperti pendekatan khusus kepada orang yang belum paham atau menentang program KB ini, serta diharapkan ada pengajuan permohonan untuk penambahan personil serta transportasi penunjang guna memperlancar pelaksanaan program.

Daftar Pustaka

- Abdulsyani. 2007. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- _____. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Harun, Rochajat dan Alvinaro Ardianto. 2012. *Komunikasi pembangunan dan perubahan sosial*. Bandung: rajawali pers.
- Husainai, Usman. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.
-

- Khairuddin. 2000. *Pembangunan masyarakat*. Yogyakarta: liberty.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Miles, Matthew. B., huberman, A. M., & Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Miles, Huberman dan Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. USA: SAGE Publications, Inc.
- Moleong, Lexy. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Narwoko, J Dwi dan Bagong Suryanto 2006. *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta : Kencana.
- Nasution, Zulkarimen. 2002. *Komunikasi Pembangunan: pengenalan teori dan penerapannya*. Jakarta: rajawali pers.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung; PT. Refika Aditama.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi (edisi Ketiga)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suyono, Haryono. 2003. *Ekonomi Keluarga Pilar Utama Keluarga Sejahtera*. Jakarta; Yayasan Damandiri.
- Vardiansyah. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Wirosuhardjo, Kartomo. 2007. *Pertumbuhan Penduduk Kebijakan Keluarga Berencana dan Bonus Demografi*. Jakarta; Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.